



**PERMINTAAN KONSUMEN TERHADAP WISATA MANGROVE SETAPUK
DI KELURAHAN SETAPUK BESAR KOTA SINGKAWANG**

(Consumer Demand For Mangrove Setapuk Besar Village Singkawang City)

Sudirman Muin, Ganjar Oki Widhanarto, Vivi Andryani*

Program Studi Kehutanan Fakultas Kehutanan Universitas Tanjungpura Pontianak 78124

*Email: viviandryani96@gmail.com

Abstract

The mangrove forest as an ecosystem system in coastal areas has the potential for natural beauty and the environment in the form of constituent components consisting of vegetation, biota or association organisms, wildlife and the surrounding environment (Purwanto, 2013). The research objective is to analyze consumer demand for mangrove tourism in Surya Perdana Mandiri, Setapuk Besar Village, Singkawang City, and to analyze the influence of the main factors of attraction, supporting factors of attraction, travel costs, travel time and length of visit on consumer demand for mangrove tourism Surya Perdana Mandiri (SPM). The research sample came from SPM mangrove tourism visitors, and the sample was taken using purposive accidental sampling method with a total sample of 70 respondents. The results showed that consumer demand for the Setapuk Mangrove Tourism object is quite high, this is evident that 38.57 percent of respondents in the past one year period have visited the Setapuk mangrove tourism object more than 4 times. The main factor of attraction (X_1) has a significant positive effect, the supporting factors of attraction (X_2) have a positive and insignificant effect, travel costs (X_3) have a negative and insignificant effect, travel time (X_4) has a negative and insignificant effect, and (5) Length of visit (X_5) has no significant positive effect on consumer demand for mangrove tourism object.

Keywords: Consumer demand, mangrove tourism, Setapuk Besar Village.

Abstrak

Hutan mangrove sebagai suatu sistem ekosistem di wilayah pesisir memiliki potensi keindahan alam dan lingkungan berupa komponen penyusun yang terdiri dari vegetasi, biota atau organisme asosiasi, satwa liar dan lingkungan sekitarnya (Purwanto, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permintaan konsumen terhadap wisata mangrove di Surya Perdana Mandiri, Desa Setapuk Besar, Kota Singkawang, dan menganalisis pengaruh faktor utama daya tarik, faktor pendukung daya tarik, biaya perjalanan, waktu tempuh dan lama kunjungan pada permintaan konsumen terhadap wisata mangrove Surya Perdana Mandiri (SPM). Sampel penelitian berasal dari pengunjung wisata mangrove SPM, dan sampel diambil dengan metode purposive accidental sampling dengan jumlah sampel 70 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permintaan konsumen terhadap objek Wisata Mangrove Setapuk cukup tinggi, hal ini terbukti 38,57 persen responden dalam kurun waktu satu tahun terakhir telah mengunjungi objek wisata mangrove Setapuk lebih dari 4 kali. Faktor utama daya tarik (X_1) berpengaruh positif signifikan, faktor pendukung daya tarik (X_2) berpengaruh positif dan tidak signifikan, biaya perjalanan (X_3) berpengaruh negatif dan tidak signifikan, waktu tempuh (X_4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan. berpengaruh tidak signifikan, dan (5) Lama kunjungan (X_5) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan konsumen terhadap objek wisata mangrove.

Kata kunci: Permintaan konsumen, wisata mangrove, Kelurahan Setapuk Besar.



PENDAHULUAN

Hutan mangrove sebagai suatu sistem ekosistem di daerah pesisir yang mempunyai potensi keindahan alam dan lingkungan berupa komponen penyusun yang terdiri dari vegetasi, biota atau organisme asosiasi, satwa liar dan lingkungan sekitarnya (Purwanto, 2013). Sumberdaya hutan mangrove, selain dikenal memiliki potensi ekonomi sebagai penyedia sumberdaya kayu juga sebagai tempat pemijahan (*spawning ground*), daerah asuhan (*nurseryground*), dan juga sebagai daerah untuk mencari makan (*feeding ground*) bagi ikan dan biota laut lainnya, juga banyak dijadikan sebagai objek wisata. Seiring perkembangan zaman maka berdampak pula terhadap meningkatnya pendapatan masyarakat. Hal ini yang menyebabkan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa khususnya pariwisata (Kartanegara, 2017).

Kondisi tersebut menunjukkan tingginya minat masyarakat dalam melakukan aktivitas wisata tentu perlu mendapat perhatian serius. Pemerintah dan semua pihak terkait perlu mengembangkan sektor wisata berkelanjutan dengan mengoptimalkan potensi dan sumberdaya lokal yang ada. Salah satu bentuk pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan ekowisata mangrove, dan hal ini didukung luasan dan potensi hutan mangrove di Indonesia yang cukup yakni sekitar 3.244.018,46 Ha, dan terdiri dari 43 spesies yang mewakili keanekaragaman mangrove di Indonesia dan dunia (Kartanegara, 2017).

Pariwisata merupakan salah satu sector strategis dengan memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa di Indonesia sehingga dapat dijadikan sebagai asset pengembang pariwisata nasional yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, penyumbang PDB dan devisa negara (Duyu & Andryan, 2018). Kegiatan ekowisata merupakan salah satu pendekatan untuk mewujudkan pembangunan wilayah pesisir yang berkelanjutan dan salah satunya adalah ekowisata (wisata alam) Mangrove. Permintaan suatu produk pada teori ekonomi mikro bergantung pada harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, selera, dan sebagainya (Prathama & Mandala, 2008). Hal ini pun terjadi pada permintaan wisata mangrove, dimana potensi daya tarik objek wisata baik unsur utama maupun unsur penunjang daya tarik menjadi faktor penting untuk dipertimbangkan dalam membangun industri wisata mangrove. Seiring dengan meningkatnya potensi daya tarik suatu objek wisata menyebabkan meningkatnya permintaan konsumen untuk berwisata ke objek wisata tersebut (Muin, 2018).

Berkembang tidaknya suatu objek wisata salah satunya dapat dilihat dari permintaan konsumen (jumlah wisatawan) yang berkunjung ke suatu objek wisata, sedangkan permintaan konsumen terhadap objek wisata dipengaruhi beberapa faktor antara lain: (1) Cost, yaitu biaya yang harus dikeluarkan oleh wisatawan untuk berwisata ke objek wisata, (2) Attraction, yaitu adanya daya tarik untuk



dikunjungi oleh wisatawan, (3) Accessibility, yaitu kemudahan-kemudahan untuk mencapai tujuan wisata, dan (4) Amenity, yaitu tersedianya fasilitas pada objek wisata tersebut (Purwanto, 2013).

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis permintaan konsumen wisata mangrove Setapak di Kelurahan Setapak Besar Kota Singkawang dan Menganalisis pengaruh faktor utama daya tarik, faktor penunjang daya tarik, biaya perjalanan, waktu tempuh dan lama kunjungan terhadap permintaan konsumen wisata mangrove Setapak.

METODELAGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Objek Wisata Mangrove Setapak di Kelurahan Setapak Besar Kecamatan Singkawang Utara Kota Singkawang. Populasi penelitian ini adalah pengunjung objek wisata (wisatawan) mangrove Setapak di Kelurahan Setapak Besar Kecamatan Singkawang Utara dan berdasarkan informasi pihak pengelola objek wisata mangrove Setapak diperoleh informasi jumlah pengunjung objek wisata sejak diresmikan Juli 2016 sampai Mei 2019 adalah sejumlah 81.099 orang atau rata-rata setiap bulan sejumlah 2.317 orang.

Berdasarkan rata-rata jumlah populasi pengunjung setiap bulan 2.317 orang, maka ditentukan jumlah sampel dengan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 0,12 diperoleh sampel (responden) penelitian sebesar 70 responden. Pengambilan sampel penelitian yang berasal dari pengunjung (wisatawan) wisata mangrove Setapak dan dilakukan dengan metode *Purpusive*

Accidental Sampling. Metode *Purpusive sampling* adalah pengambilan sampel secara sengaja (dengan pertimbangan), sedangkan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan yakni pengunjung wisata mangrove Surya Perdana Mandiri (Sugiyono, 2013).

Analisis Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Permintaan konsumen terhadap wisata mangrove Setapak diukur melalui banyaknya kunjungan yang dilakukan oleh individu selama satu tahun terakhir ke wisata mangrove Setapak dan dikelompokkan menjadi tiga kategori yakni permintaan tinggi, permintaan sedang, dan permintaan rendah. Hasil pengkategorian data permintaan konsumen terhadap wisata mangrove Setapak dianalisis secara deskriptif kuantitatif menggunakan tabel frekuensi.

Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Faktor- faktor yang diduga mempengaruhi permintaan konsumen wisata mangrove SPM (Y) adalah (1) Faktor utama daya tarik (X_1), Faktor penunjang daya tarik (X_2), (3) Biaya perjalanan (X_3), (4) Waktu tempuh (X_4) dan (5) Lama kunjungan (X_5). Untuk mengetahui pengaruh variable bebas (X_i) terhadap variable terikat (Y) digunakan alat analisis statistik parametrik yaitu regresi berganda yang ditransformasi kedalam bentuk Logaritma natural (\ln) dengan pendekatan OLS (*Ordinary Least Squares*), sehingga terbentuk persamaan



regresi linear berganda yang dapat diekspresikan dalam bentuk persamaan yang menghubungkan variabel terikat ($\ln Y$) dengan variabel bebas ($\ln X_i$) berikut: $\ln Y = \beta_0 + \beta_1 \ln X_1 + \beta_2 \ln X_2 + \beta_3 \ln X_3 + \beta_4 \ln X_4 + \beta_5 \ln X_5 + e$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Permintaan Ekowisata adalah jumlah atau tingkat keseringan kunjungan yang dilakukan oleh individu (responden) ke Objek Wisata Mangrove Setapak dalam waktu periode satu tahun terakhir, dengan satuan pengukuran kekerapan (Kali/tahun). Hasil observasi lapangan diketahui bahwa permintaan konsumen terhadap objek wisata Mangrove Setapak tergolong cukup tinggi hal ini terbukti rata-rata setiap individu responden penelitian dalam satu tahun terakhir telah berkunjung ke Objek Wisata Mangrove Setapak lebih dari 4 kali sebanyak 38,57 persen dan wisatawan (pengunjung) yang melakukan kegiatan wisata di Mangrove Surya Perdana Mandiri (SPM) didominasi oleh masyarakat yang berdomisili luar wilayah kota Administratif Singkawang (65,71 %).

Alasan utama pengunjung (wisatawan) yang berkunjung (berwisata) ke Mangrove Surya Perdana Mandiri (SPM) adalah pertama adanya ketertarikan masyarakat untuk berwisata ke lokasi wisata alam yang berupa kawasan hutan selain objek wisata pantai (bahari) seperti objek wisata Pantai Pasir panjang, dan salah satu pilihan masyarakat adalah objek wisata Mangrove Setapak karena keindahan alam berupa tegakan

mangrove yang masih alami cukup menarik untuk dijadikan tempat berwisata. Hal ini sejalan apa yang dikemukakan (Muin, 2018) bahwa, faktor yang tidak kalah penting mempengaruhi permintaan wisatawan terhadap objek wisata adalah daya tarik objek wisata, baik faktor utama daya tarik seperti keindahan alam objek wisata maupun faktor pendukung daya tarik objek wisata antara lain sarana prasarana objek wisata.

Alasan kedua jarak tempuh ke lokasi objek wisata Mangrove Setapak relative masih dekat dan dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan bermotor (sepeda motor & mobil). Jarak tempuh akan berpengaruh terhadap biaya perjalanan yang dikeluarkan, semakin jauh jarak tempuh ke objek wisata yang dituju, maka biaya perjalanan yang dikeluarkan akan semakin besar.

Sejalan dengan pendapat (Saptutyningsih & Selviana, 2017), dan (Muin, 2018), salah satu faktor yang berpengaruh terhadap permintaan wisatawan, dan yang paling utama adalah biaya dan jarak (waktu tempuh) yang diperlukan oleh wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Jarak (waktu tempuh) berkaitan erat dengan biaya terutama biaya transportasi, jika waktu tempuh semakin lama atau jarak tempuh semakin jauh maka biaya transportasi yang dikeluarkan akan semakin besar, dan juga tingkat kunjungan pengunjung akan semakin rendah atau sebaliknya (Muin, 2018).



Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Salah satu persyaratan uji statistik parametrik (Regresi) adalah model regresi tersebut sudah memenuhi kriteria *Best Unbiased Estimator* (BLUE), sehingga dalam penelitian ini dilakukan beberapa uji evaluasi ekonometri terdiri: (1) Uji Normalitas Data, dan (2) Uji Asumsi Klasik (a) Uji Multikolinearitas, (b) Uji Heteroskedastisitas, dan (c) Uji Autokorelasi (Nachrowi dan Hardius. U. 2006) dan (Priyatno, D, 2010). Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan analisis dari nilai rasio (nilai Z) Skewness (kemencengan) dan nilai rasio (nilai Z) Kurtosis (kemiringan) menurut (Santoso, 2000) dan juga dipergunakan (Muin, 2018) pada tingkat signifikansi 0,05 dengan

ketentuan nilai Z Skewness dan Kurtosis antara -2 dan 2 atau $-2 > Z < 2$. Hasil uji normalitas data untuk 76 responden penelitian diperoleh nilai rasio (nilai Z) Skewness dan Kurtosis untuk variabel terikat (\hat{Y}) dan variabel (X_i) nilai rasio (Z) terletak antara antara -2 dan 2 ($-2 > Z < 2$), artinya data kedua variabel tersebut berdistribusi normal.

Hasil uji Asumsi Klasik dipetoleh hasil bahwa tidak terjadi pelanggaran asumsi klasik dalam model regresi yang digunakan sehingga ke lima variabel bebas tersebut dapat dipergunakan dalam model regresi.

Hasil analisis uji regresi linear berganda faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen terhadap objek wisata Mangrove Surya Perdana seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Transformasi Log Natural (Ln) (Multiple Linear Regression Test Results Log Natural Transformation (Ln))

No	Variabel	Unstandardized Coefficients		t	siq	Keterangan
		β	std error			
1	(Constant)	-8.712	3.169	-2.749	.008	Signifikan
2	Faktor Utama Daya Tarik	1.837	.569	3.226	.002	signifikan
3	Faktor Penunjang D. Tarik	.828	.698	1.185	.240	Tidak signifikan
4	Biaya Perjalanan	-.044	.166	-.267	.791	Tidak Signifikan
5	Waktu Tempuh	-.068	.090	-.753	.454	Tidak signifikan
6	Lama Kunjungan	.081	.113	.714	.478	Tidak Signifikan

Keterangan table: R = 0,444^a, R Square =0,197, F = 3,136 Siq = 0,014^a

Pengaruh Faktor Utama Daya Tarik Terhadap Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 1, diketahui nilai Siq variabel faktor utama daya tarik wisata (X_1) sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 1,837. Disimpulkan bahwa faktor utama daya

tarik wisata berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan konsumen wisata Mangrove Surya Perdana Mandiri. Nilai koefisien positif sebesar (1,837), artinya jika faktor utama daya tarik wisata bertambah 1 (satu) persen, maka permintaan wisata Mangrove Surya Perdana Mandiri akan naik sebesar 1,837 persen.



Hasil observasi sebagaimana diketahui bahwa 38.57 persen responden menilai faktor utama daya tarik objek wisata mangrove Surya Perdana Mandiri menarik, dan 34.29 persen menilai cukup menarik, serta 27.14 persen menilai kurang menarik. Hasil wawancara dengan responden yang menilai Objek wisata mangrove Setapak menarik dan cukup menarik adalah keindahan alam faktor utama daya yakni tegakan mangrove yang masih asli dan adanya pemandangan sungai dan laut lepas yang dapat menambah suasana keindahan wisata mangrove Setapak. Sedangkan kurang menarik objek wisata mangrove Setapak adalah masih kurangnya fasilitas sarana-prasarana pendukung objek wisata Mangrove Setapak.

Faktor yang tidak kalah penting mempengaruhi permintaan wisatawan terhadap objek wisata adalah daya tarik objek wisata, baik faktor utama daya tarik seperti keindahan alam objek wisata maupun faktor pendukung daya tarik objek wisata antara lain sarana prasarana objek wisata. Semakin menarik objek wisata serta semakin baik sarana prasarana pendukung objek wisata maka permintaan wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut akan meningkat baik jumlah pengunjung maupun frekuensi kunjungan (Muin, 2018).

Pengaruh Faktor Penunjang Daya Tarik Terhadap Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 1, diketahui nilai S_{iq} variabel faktor penunjang daya tarik

wisata (X_2) sebesar $0,240 > 0,05$ dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,828. Disimpulkan bahwa faktor penunjang daya tarik wisata berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan konsumen wisata Mangrove Setapak. Nilai koefisien positif sebesar (0,828), artinya jika faktor penunjang daya tarik wisata bertambah 1 (satu) persen, maka permintaan wisata Mangrove Setapak akan naik sebesar 0,828 persen.

Hasil observasi sebagaimana diketahui bahwa 44.29 persen responden menilai faktor penunjang daya tarik objek wisata mangrove Setapak tidak mendukung, dan 15,71 persen menilai cukup mendukung, dan 40,00 persen menilai mendukung menarik. Jumlah dan kondisi prasarana pendukung kegiatan berwisata di ibjek wisata, mangrove Setapak masih kurang memadai seperti aksesibilitas jalan dari jalan raya menuju lokasi masih kurang baik, jalan atau track di dalam lokasi objek wisata masih kurang juga fasilitas lainnya dan kondisi ini dikarenakan bahwa objek wisata mangrove Setapak merupakan objek wisata alam mangrove yang masih baru dikembangkan.

Permintaan pasar suatu sumber daya adalah penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai kombinasi penggunaan sumber daya tersebut (McEachern, 2000). Selanjutnya, (Yoeti, 2008) mengemukakan bahwa permintaan dalam industri pariwisata tidak hanya membutuhkan A single services tetapi, juga membutuhkan kombinasi dari bermacam-macam pelayanan yang ditawarkan dalam suatu paket wisata



yang dalam ilmu ekonomi pariwisata sebagai A Assortment of Services, kelompok permintaan yang saling melengkapi. Berdasarkan pendapat kedua ilmuwan di atas maka salah satu kekurangan objek wisata mangrove Setapak adalah fasilitas prasarana penunjang faktor utama daya tarik wisata, hal ini tentunya sedikit atau banyak akan mengurangi minat wisatawan berkunjung kesuatu objek wisata. Sebagaimana hasil penelitian bahwa faktor penunjang daya tarik wisata tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen.

Faktor yang tidak kalah penting mempengaruhi permintaan wisatawan terhadap objek wisata adalah daya tarik objek wisata, baik faktor utama daya tarik seperti keindahan alam objek wisata maupun faktor pendukung daya tarik objek wisata antara lain sarana prasarana objek wisata. Semakin menarik objek wisata serta semakin baik sarana prasarana pendukung objek wisata maka permintaan wisatawan berkunjung ke objek wisata tersebut akan meningkat baik jumlah pengunjung maupun frekuensi kunjungan (Muin, 2018).

Pengaruh Biaya Perjalanan Terhadap Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 1, diketahui nilai S_{iq} variabel biaya perjalanan (X_3) sebesar $0,791 > 0,05$ dengan nilai koefisien regresi negative sebesar 0,044 Disimpulkan bahwa faktor biaya perjalanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap permintaan

konsumen wisata Mangrove Setapak. Nilai koefisien negatif sebesar (0,044), artinya jika faktor biaya perjalanan bertambah 1 (satu) persen, maka permintaan wisata Mangrove Setapak akan turun sebesar 0,044 persen.

Biaya perjalanan merupakan akumulasi dari beberapa biaya dan salah satunya adalah biaya transportasi ke objek wisata yang akan dikunjungi. Biaya transportasi ada hubungan dengan jarak atau waktu tempuh menuju ke lokasi objek wisata, artinya semakin lama atau jauh waktu tempuh maka semakin besar biaya transportasi yang dikeluarkan.

Hasil observasi lapangan diketahui bahwa 41,43 persen wisatawan mengeluarkan biaya perjalanan sebesar Rp 41.000 ke atas untuk satu kali kunjungan wisata, dan 50,00 persen wisatawan mengeluarkan biaya perjalanan sebesar kurang dari Rp 36.000 untuk satu kunjungan ke objek wisata mangrove Setapak. Biaya perjalanan tertinggi (Rp 41.000.-) dikeluarkan oleh wisatawan (pengunjung) yang berasal dari luar kota Administratif Singkawang, sedangkan biaya perjalanan terendah kurang dari Rp. 36.000.- dikeluarkan oleh wisatawan (pengunjung) yang berasal dari wilayah Administratif Kota Singkawang.

Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan wisatawan, dan yang paling utama adalah biaya dan jarak (waktu tempuh) yang diperlukan oleh wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Jarak (waktu) tempuh berkaitan erat dengan biaya terutama biaya transportasi. Jika waktu



untuk menempuh semakin banyak maka tingkat kunjungan semakin rendah dan begitupun sebaliknya (Saptutyingsih & Selviana, 2017).

Wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang dari pendapatannya untuk membayar berbagai macam kebutuhan seperti biaya transportasi, biaya makan dan minum selama berkunjung, biaya menginap, biaya belanja dan keperluan lain-lain (Yoety, 2010). Hal ini sesuai pendapat (Saptutyingsih & Selviana, 2017), jika waktu untuk menempuh ke objek wisata semakin jauh maka tingkat kunjungan semakin rendah dan begitupun sebaliknya. Selanjutnya (Muin, 2018) menyatakan semakin jauh jarak tempuh wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata maka semakin besar biaya transportasi yang dikeluarkan.

Pengaruh Waktu Tempuh Terhadap Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 1, diketahui nilai S_{iq} variabel waktu tempuh (X_4) sebesar $0,454 > 0,05$ dengan nilai koefisien regresi negative sebesar $0,068$. Disimpulkan bahwa faktor waktu tempuh berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap permintaan konsumen wisata Mangrove Setapak. Nilai koefisien negatif sebesar $(0,068)$, artinya jika faktor waktu tempuh bertambah 1 (satu) persen, maka permintaan wisata Mangrove Setapak akan turun sebesar $0,068$ persen.

Salah satu sifat pariwisata adalah bahwa objek wisata tersebut tidak dapat dipindah-pindahkan, sehingga pengunjungan yang harus datang untuk

menikmati wisata tersebut. Maka dari itu, aksesibilitas seperti jarak dari tempat asal wisatawan ke lokasi objek wisata dan transportasi yang memadai juga mempengaruhi permintaan untuk melakukan perjalanan wisata (Herminto, 2015).

Berdasarkan hasil observasi lapangan, diketahui bahwa sebagian besar ($65,71\%$) responden pengunjung objek wisata mangrove Setapak berasal dari wilayah luar Kota Administratif Singkawang, dengan waktu tempuh rata-rata relative tidak terlalu jauh, atau ditempuh dalam waktu 47 menit atau lebih. Oleh karena jarak tempuh tergolong dekat, maka bagi wisatawan lokal khususnya maupun wisatawan luar non lokal menjadi motivasi masyarakat untuk berwisata ke objek wisata mangrove Setapak.

Sejalan pendapat (Saptutyingsih & Selviana, 2017), Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan wisatawan, dan yang paling utama adalah biaya dan jarak (waktu) tempuh yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Jarak (waktu) tempuh berkaitan erat dengan biaya terutama biaya transportasi. Jika waktu untuk menempuh semakin banyak maka tingkat kunjungan semakin rendah dan begitupun sebaliknya.

Pengaruh Lama Kunjungan Terhadap Permintaan Konsumen Wisata Mangrove Setapak

Hasil uji regresi linear berganda seperti pada Tabel 1 diketahui nilai S_{iq} variabel lama kunjungan (X_5) sebesar $0,478 > 0,05$ dengan nilai koefisien regresi positif sebesar $0,068$.



Disimpulkan bahwa faktor lama kunjungan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan konsumen wisata Mangrove Setapuk. Nilai koefisien positif sebesar (0,478), artinya jika faktor lama kunjungan bertambah 1 (satu) persen, maka permintaan wisata Mangrove Setapuk akan naik sebesar 0,478 persen.

Lama berkunjung wisatawan di objek wisata ada hubungannya dengan faktor tingkat kepuasan, keamanan, dan kenyamanan wisatawan ketika berada di lokasi objek wisata. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan responden diketahui bahwa 52,9 persen responden merasakan kepuasan dalam berwisata di objek wisata mangrove Setapuk, dan dari sudut keamanan 45,70 persen responden menyatakan aman berwisata di objek wisata mangrove Setapuk, serta dari sudut kenyamanan 45,70 persen merasakan kenyamanan berwisata di objek wisata mangrove Setapuk. Kondisi ini mengindikasikan bahwa akan berdampak pada lamanya wisatawan berwisata di objek wisata mangrove Setapuk. Hasil observasi lapangan diketahui bahwa lama kunjungan responden di objek wisata mangrove Setapuk dalam satu kali kunjungan paling lama 80 menit diwakili 34,3 persen responden dan paling rendah adalah kurang dari 65 menit diwakili 37 persen.

KESIMPULAN

Permintaan konsumen terhadap objek wisata Mangrove Setapuk tergolong cukup tinggi hal ini terbukti rata-rata setiap individu responden penelitian dalam satu tahun terakhir

telah berkunjung ke objek Wisata Mangrove Setapuk lebih dari 4 kali sebanyak 38,57 persen dan wisatawan (pengunjung) yang melakukan kegiatan wisata di Mangrove Setapuk didominasi oleh masyarakat yang berdomisili luar wilayah kota Administratif Singkawang (65,71 %), namun secara keseluruhan adalah masyarakat yang berasal dari wilayah kota di Provinsi Kalimantan Barat yang berdekatan dengan wilayah kota Administratif Singkawang seperti masyarakat dari Kabupaten Sambas, Bengkayang, Mempawah dan kota Pontianak yang jarak tempuh ke lokasi masih terbilang cukup dekat yakni dengan waktu tempuh setengah jam sampai satu setengah jam dengan menggunakan kendaraan motor atau mobil.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen objek wisata mangrove Setapuk diketahui bahwa dari lima variabel bebas hanya satu variabel yang berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan konsumen objek wisata mangrove Setapuk yakni variabel faktor utama daya tarik (X_1) sedangkan empat variabel lainnya yakni variabel faktor penunjang daya tarik (X_2) berpengaruh positif tidak signifikan, variabel biaya perjalanan (X_3) berpengaruh negatif tidak signifikan, variabel waktu tempuh (X_4) berpengaruh negative tidak signifikan dan variabel lama kunjungan (X_5) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap permintaan konsumen objek wisata mangrove Setapuk.

Untuk lebih meningkatkan permintaan konsumen terhadap objek wisata mangrove Setapuk perlu



meningkat daya tarik objek wisata baik faktor utama daya tarik misalnya dengan melakukan penanaman bagian areal yang masih kosong atau tegakan mangrove yang kurang, dan yang paling utama adalah penambahan fasilitas faktor penunjang daya tarik objek wisata Mangrove Setapak seperti perbaikan jalan (aksesibilitas) menuju ke lokasi objek wisata Mangrove Setapak, juga prasarana infrastruktur lainnya di lokasi objek wisata mangrove Setapak.

Perlu koordinasi dengan pihak Pemda Kota Singkawang dalam hal pengelolaan objek wisata alam Mangrove Setapak, sehingga perbaikan dan pengembangan objek wisata Mangrove Setapak menjadi lebih terarah sesuai kebijakan Pemda kota Singkawang dalam hal peningkatan pariwisata daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Duyu F. & Andryan S., (2018). Analisis Permintaan Wisatawan Nusantara Pada Objek Wisata Pantai Klayar Kabupaten Pecitan. *Economics Development Analysis Journal* 7 (4).
- Herminto F. (2015). Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau Di Kabupaten Kampare Dengan Metode Biaya Perjalanan. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ekonomi Universitas Riau*.
- Kartanegara M. S., (2017). *Estimasi Tarif Masuk optimum dan Dampak Ekonomi Ekowisata Wonorejo di Surabaya*. Departemen Ekonomi Sumberdaya dan Lingkungan Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- McEachern W., (2000). *Ekonomi Makro: Pendekatan Kontemporer*. Jakarta.
- Muin S., (2018). *Penilaian Potensi Daya Tarik dan Permintaan Ekowisata Mempawah Mangrove Park Desa Pasir Kabupaten Mempawah Kalimantan Barat*. Laporan Penelitian PNDP (DIPA) Fakultas Kehutanan Untan, Tahun 2018. Tidak Dipublikasikan
- Nachrowi & Hardius U., (2006). *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrika Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Priyatno D., (2010). *Paham analisis statistik data dengan SPSS*. mediaKom. Yogyakarta.
- Prathama R., & Mandala M., (2008). *Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi & Makroekonomi)*. Lembaga Penerbit FE Universitas Indonesia Edisi Ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Purwanto, (2013). Valuasi ekonomi ekowisata dengan model travel cost dan dampak terhadap usaha kecil pariwisata. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol 15, no.1, Maret 2013 82-102, DOI: 10.9744/jmk.15.1.89-102 ISSN 1411-1438.
- Santoso S., (2000). *Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Komputindo.
- Saptutyingsih E., & Selviana R., (2017). Valuing Ecotourism of a Recreational Site in Ciamis



District of West Java, Indonesia.
JEJAK: Jurnal Ekonomi dan Kebijakan. Vol 10 (1): 172-188.

Sugiyono, (2013). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung.

Yoeti, (2010). *Dasar-Dasar Pengertian Hospitasl dan Pariwisata.* Jakarta (ID), PT. Alumni.